

+inovace

Zvyšujeme konkurenceschopnost regionu přímou podporou inovací, vědy a výzkumu

KREATIVNÍ VOUCHERY 2022

EVALUACE DOPADŮ A PŘÍNOSU






Závěrečná zpráva | připraveno exklusivně pro Centrum investic, rozvoje a inovací | září 2022

za podpory



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

AGENDA

- 01  Hlavní závěry
- 02  Cíle a metodika
- 03  Cesta k vazbě
- 04  Feedback v detailu
- 05  Hodnocení kreativců



SHRNUTÍ A DOPORUČENÍ

Slabý opakovaný zájem žadatelů (-77 %) může být zkreslen tvrzením, že většina unikátních čerpatelů své potřeby na kreativní služby ze 100 % pokryla svou první žádostí, stejně tak však může ukazovat na pokles zájmu o KV nebo jejich nedostatečné individuální zacílení na specifický problém subjektu (aftercare). To může být stimul k redesignu služeb na míru v KV nebo k optimalizaci na základě potřeb zjištěných během developerských konzultací u vybraných subjektů.

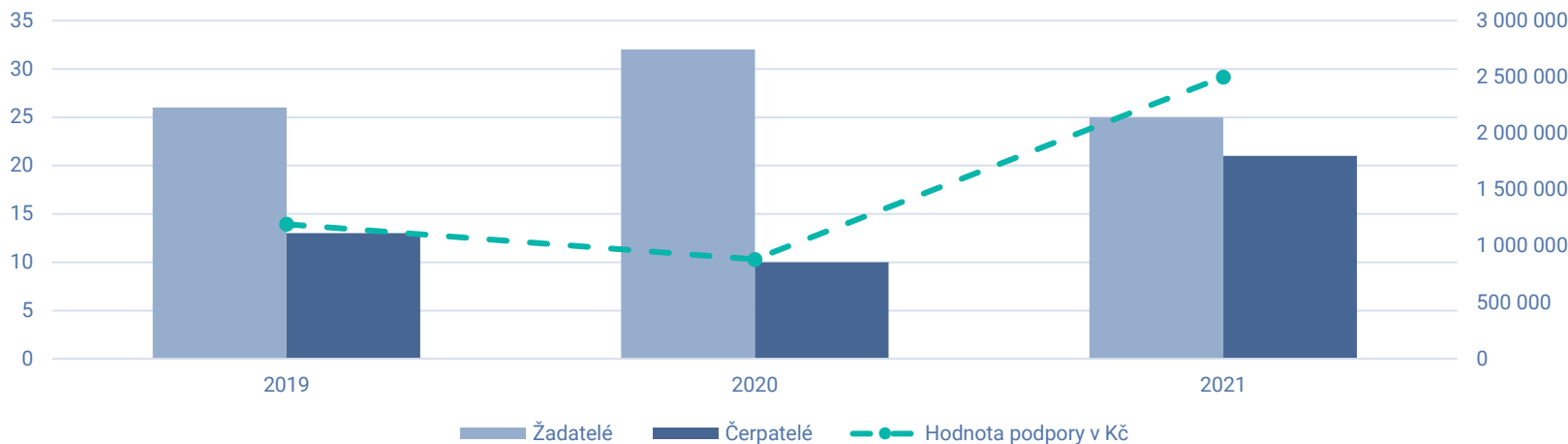
Doporučení zpracovatele:

Relevanci lze tedy ověřit cestou šetření u unikátních čerpatelů 2019-2020, kteří za toto období čerpali pouze 1x a do roku 2021 žádost neopakovali nebo developerskou konzultací.

Těchto 11 z 53 unikátních žadatelů je uvedeno níže. Proč tyto subjekty nežádali o služby v KV opakovaně? O jaké služby mají zájem k potenciálně kontinuálnímu vývoji?

LIST UNIKÁTNÍCH ČERPATELŮ 2019-2020 (1x):

SKV,
TCHK,
URBAN KOVO,
INNOMIA,
PPŽIVĚ,
3R SYSTEMS,
CLASSIC COTTON,
ONLINEWATT,
SUNNYCOLD,
TRINGA TRAVEL,
VŠÚO – HOLOVOUSY.



+inovace

CÍLE A METODIKA



 **Typ projektu**

- Hodnocení dopadů a přínosů „Kreativních voucherů“ prostřednictvím dotazování cílové skupiny

 **Cílová skupina**

- Výběr opakujících se čerpatelů „Kreativních voucherů“
- Žádost o „Kreativní voucher“ může podat pouze subjekt, který dostane kladný posudek od krajského developera.

 **Hlavní cíle**

- **Poskytnout podklady pro aktivní řízení produktu „Kreativní vouchery“**
- Evaltovat zájem o produkt, kvalitu služeb a celkovou cestu k vazbě mezi institucí a čerpateli prostřednictvím „Kreativních voucherů“.

 **Dotazování**

- Kvalitativní telefonické dotazování
- Výběr opakujících se čerpatelů se zpětnou vazbou
- Celkový počet **7 respondentů**
- Dotazováno **20. – 30. září 2022**

A person wearing a striped shirt and glasses is pointing at a tablet held by another person. The tablet displays various charts, including a pie chart and bar graphs. The background is a dark blue gradient with faint geometric shapes.

+inovace

**KREATIVNÍ VOUCHERY
- CESTA K VAZBĚ**

CESTA K VAZBĚ – VĚRNÍ ŽADATELÉ (2019-2021)

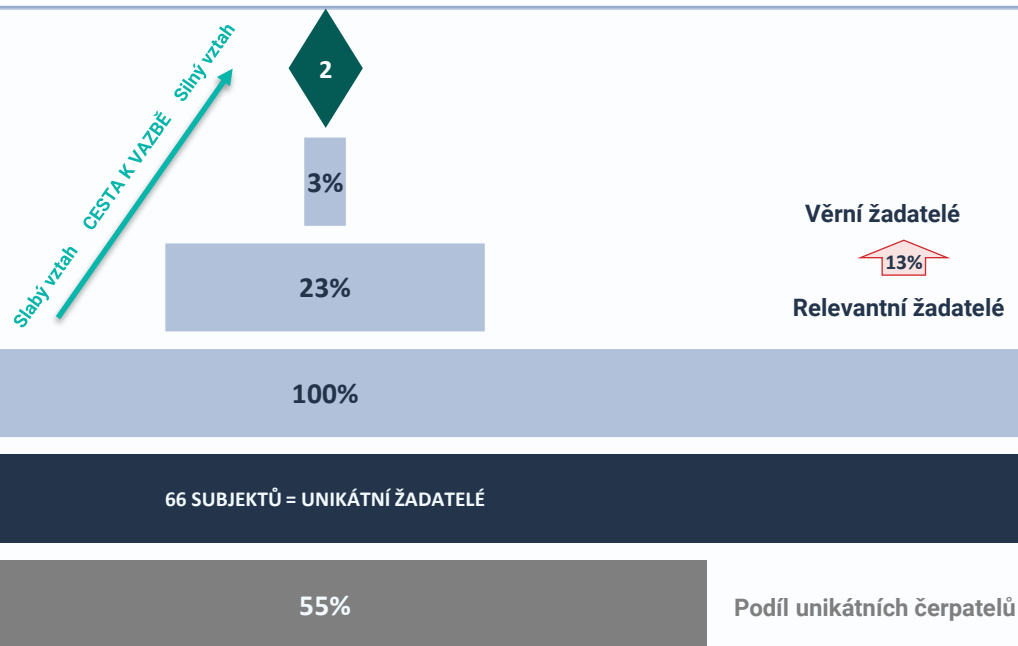
„KREATIVNÍ VOUCHER“ byl optikou opakovaného zájmu 66 unikátních žadatelů slabší (-77 %) => k opakované žádosti se celkově mezi roky 2019-2021 posunulo pouze 15 z 66 subjektů (23%), kteří se kvalifikovali jako relevantní žadatelé. Pouze 2 z 15 relevantních žadatelů se nepodařilo projít a služby tak nečerпали vůbec.

Dle časové řady 2019-2021 u žadatelů z roku 2019 (1. výzva, 26 unikátních žadatelů) se podařilo konvertovat téměř 1/3 (8 z 26) unikátních žadatelů, ze kterých se stali relevantní žadatelé 2019-2020. Po vyzkoušení KV konverzní poměr žádostí klesl a z 8 relevantních žadatelů 2019-2020 (AVEFLOR, DATAINFO, EKON-SYS, ELLA-CS, FROLEN, JVM METAL, TAPPYTAPS, TIMERA) se pro instituci, která tato výzvy připravuje, stali pouze 2 (FROLEN a JVM METAL) věrnými žadatelé s vysokým potenciálem k silnému vztahu.

Celkově se stal více než každý druhý unikátní žadatel také unikátním čerpatelem (36 z 66).

Pyramida "Cesta k vazbě" popisuje strukturu cílové skupiny ve vztahu ke sledovaným produktům a měří, jak jsou schopné získávat oblibu a věrnost spotřebitelů.

- Věrní žadatelé** = žadatelé v každém kole KV 2019-2021.
- Relevantní žadatelé** = žadatelé KV, kteří alespoň 1x opakovali žádost v jiném kole.
- Unikátní žadatelé** = všichni jednotliví žadatelé 2019-2021.
- Podíl unikátních čerpatelů** = podíl žadatelů, kteří zažádali alespoň 1x a alespoň 1x čerpali.
- Zájem unikátních žadatelů** = podíl unikátních žadatelů, kteří alespoň 1x zažádali a svou žádost neopakovali v žádném z jiných kol.
- Unikátní čerpatele** = žadatelé, kterým se podařilo alespoň 1x čerpat KV.



KONVERZNÍ POMĚR



VĚRNÍ ŽADATELÉ	TOTAL	2019		2020		2021	
	ČERPÁNO	ČERPÁNO	SLUŽBA	ČERPÁNO	SLUŽBA	ČERPÁNO	SLUŽBA
FROLEN, LINEX - EXPORT	2	1	ICT	0	WEB	1	MARKETING
JVM METAL	2	1	WEB	0	WEB	1	BRANDING

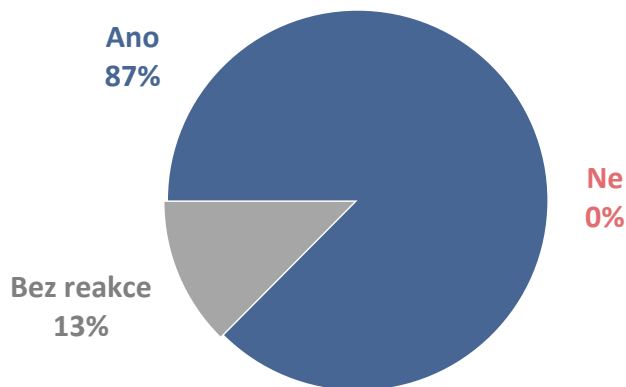
A dark blue-tinted photograph of two business professionals in a meeting. One person is holding a tablet displaying various data charts, including a pie chart and a bar chart. The other person is pointing at the screen with a pen. The background is slightly blurred, showing geometric shapes like triangles and squares. The overall mood is professional and analytical.

+ inovace

**RELEVANTNÍ ČERPATELÉ
- FEEDBACK V DETAILU**

Přínos a dopad Kreativních voucherů

Skupina relevantních čerpatelů celkově hodnotí „Kreativní vouchery“ jako přínosné. Konkrétní přínosy i dopady byly velmi rozkročené. Přesto lze většinu přínosů zařadit do megatrendu digitalizace a dopady do podpory prodeje ve formě prezentace nebo optimalizace marketingové komunikace s dopadem na navýšení tržeb. Pouze TIMERA uvádí, že jim od kreativců chyběly jiné služby, než ty zaměřené na inovace. Pouze TappyTaps nereagovalo na žádost o zpětnou vazbu.



Relevantní čerpatele s feedbackem = úspěšní žadatelé KV, kteří alespoň 1x opakovali žádost v jiném kole a min. 2x čerpali.

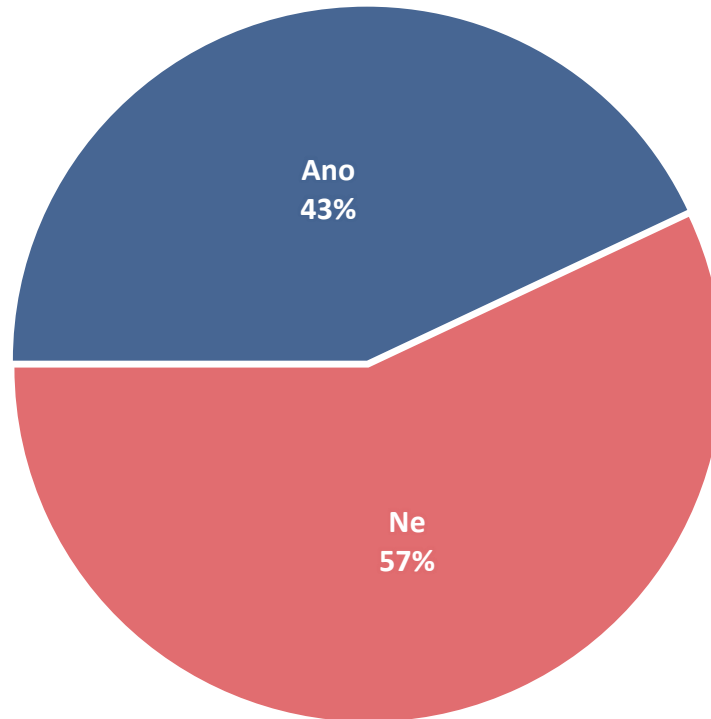
Relevantní čerpatele s feedbackem = úspěšní žadatelé KV, kteří alespoň 1x opakovali žádost v jiném kole, min. 2x čerpali a zúčastnili se šetření zpětné vazby.

RELEVANTNÍ ČERPATELÉ = 8

RELEVANTNÍ ČERPATELÉ S FEEDBACKEM = 7	KREATIVNÍ VOUCHERY	
	KONKRÉTNÍ PŘÍNOS	PRAKTICKÝ DOPAD
JVM METAL web web branding	Rozvoj webu, rozšíření exportu (e-shop)	Zvýšení prodeje o cca 20%
DATAINFO web interiér	Vylepšení webu, hezčí kanceláře	Stránky jsou lepší, možná o 20-30% zvýšení prodeje, ale to může být i aktivitou obchodáků
TIMERA branding web	Rozšíření povědomí, publicita, bez dotace bychom na tyto služby nedosáhli	Malá firma a vědět o nás i v Praze, nelze vyhodnotit zvýšení návštěvnosti, ale v efektivitě ano - po kliknutí efektivní řazení, efektivní vyhledávání
AVEFLOR grafika video	Úlevu, mohli jsme spolupracovat s ověřenou grafickou společností, kterou jsme znali	Konkurenční výhoda, vylepšila se forma reklamy, kvůli COVIDU odklad vyhodnocení
EKON-SYS ICT ICT	Projekt mohl být zrealizován	Nabídka kvalitnějších služeb, automatická oprava chyb, zlepšila se funkčnost systému, stabilita a údržba pro klienty
ELLA-CS web video	Modernější web splňující aktuální požadavky, relevance pro mobily	Zlepšení image, lepší technologie (podpora prohlížečů)
FROLEN ICT web marketing	Navýšení efektivity, úspor	Navýšení prodeje, navýšení spokojenosti zákazníků

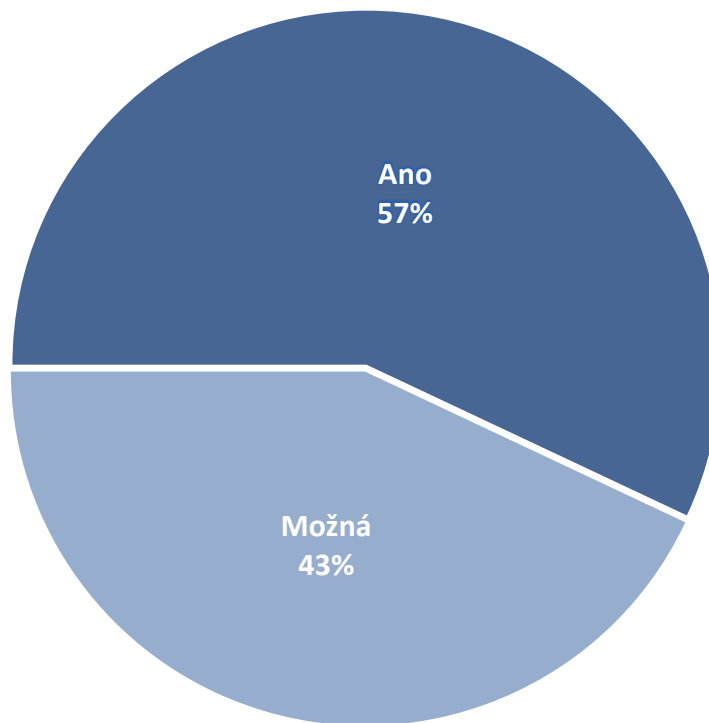
Q: Byly pro Vás KV přínosné? A/N

Více než každý druhý z dotazovaných (4 ze 7) hodnotí finanční alokaci jako nedostatečnou. Téměř všichni (6 ze 7) se shodují, že by bylo vhodné zdroje navýšit.



Zájem relevantních čerpatelů s feedbackem

Všichni dotazovaní se do další výzvy spíše přihlásí => **potenciál věrných žadatelů +5.**
Kromě EKON-SYS by měli také spíše zájem o jiný typ voucherů, převážně inovačního charakteru.



+inovace

HODNOCENÍ KREATIVCŮ



HODNOCENÍ KREATIVCŮ RELEVANTNÍMI ČERPATELI

Žádný z hodnotících nevnímal služby kreativců jako neuspokojivé nebo nedostačující. Nejspokojenějším relevantním čerpatelem byla společnost EKON-SYS se službami MobileSoft a TechCROWD v oblasti ICT. Na opačné straně spektra, kde o kvalitách kreativců byly relevantní čerpatelé přesvědčeni pouze napůl, byly služby LerDigital v oblasti webu pro ELLA-CS a Marka Leschingera v oblasti ICT pro FROLEN. Poslední zmíněná společnost zatím nechtěla hodnotit čerpané služby v oblasti marketingu, protože pro vyhodnocení efektivity potřebuje pochopitelně více času.



INDEX = average of responses adjusted to the range of 0-100%, where 100% is possible maximum (e.g. all respondents definitely agree)

T2B = the sum of the two most positive values

RČ, KTEŘÍ ZHODNOTILI SLUŽBY KREATIVCŮ = 4



Zvyšujeme konkurenceschopnost regionu přímou podporou inovací, vědy a výzkumu

Děkujeme za spolupráci!

CENTRUM INVESTIC, ROZVOJE A INOVACÍ

+420 495 817 802 | info@cirihk.cz | <https://cirihk.cz>

Soukenická 54 | Hradec Králové 500 03 | Česká republika

+inovace

+420 720 026 499 | plusinovace@cirihk.cz | <https://plusinovace.cz>

Velké náměstí 1 | Hradec Králové 500 03 | Česká republika